

ИВАНОВА Л. Д.

## ПРОФЕССИОНАЛИЗАЦИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ В 20–30 ГОДЫ XIX ВЕКА

В статье рассматривается влияние процесса коммерциализации в сфере печатного дела периода 1820–1830-х гг. на состояние и профессиональные качества журналистики.

**Ключевые слова:** коммерциализация печати, «торговое направление» в журналистике, теория печати, профессионализация журналистики, «чернильные войны», проблема «журнал и читатель»

Ivanova L. D.

### The professionalization of journalism in the 20–30-ies of the XIX century

The influence of the process of commercialization in the field of printing of 1820-1830-ies at the status and the professional quality of journalism is considered.

**Keywords:** commercialization of printing, «trade direction» in journalism, printing theory, the professionalization of journalism, «Ink Wars», problem «magazine and the reader»

К середине 1820-х гг. русская журналистика насчитывала уже более ста лет своей истории. Все это время она находилась в процессе непрерывного, поступательного развития. Но, пожалуй, только в третьем десятилетии девятнадцатого столетия русской культуры происходят наиболее значимые изменения в печатном деле, которые имели грандиозные последствия для отечественной журналистики. Именно в это время начинается процесс ее коммерциализации, который завершится в конце века главным итогом: российская журналистика станет частью «литературной промышленности», представленной крупными издательскими концернами, и начнет функционировать в условиях новой экономической реальности.

Капитализация печати в начале 1830-х гг. началась с формирования системы оплаты труда журналистов: редакторы начинают получать от издателей гарантированный оклад, устанавливается такса на все виды литературного труда; активно обсуждаются вопросы об авторском гонораре, авторских правах. Денежные отношения в сфере, прежде ориентированной на идеи служения обществу, с одной стороны, породили так называемое «торговое направление», оказавшее воздействие на размывание нравственной природы журналистики, с другой стороны, стали мощным стимулом профессионализации российской печати.

Несмотря на некоторые нравственные издержки процесса коммерциализации, в целом он оказывает благотворное воздействие на состояние журналистики:

- она начинает бороться за своего читателя, пытается выявить его интересы, подает информацию в более доступной, легкой для восприятия манере;

- материальный доход расширяет круг сотрудников изданий за счет образованных, талантливых, но малообеспеченных литераторов, что не могло не сказаться на качестве периодических изданий;
- совершенствование технической базы типографий благоприятно отражается на графической модели изданий: на страницах СМИ – причем, не только журналов, но и газет – начинают печататься иллюстрации (виньетки, раскрашенные картинки мод, рисунки различных технических орудий, машин, растений и др.), появляется первый иллюстрированный еженедельник «Живописное обозрение».

Коммерциализация журналистики стала причиной бесчисленных споров о капитале «вещественном» (материальном) и «невещественном» (духовном), о самой сути журналистики – о ее целях, функциях, нравственной природе. Ставится проблема «журнал и читатель» – о выстраивании взаимоотношений между изданием и читающей публикой. Журналисты размышляют об отличиях между газетой и журналом, между критикой и полемикой. Затрагиваются мучительные для журналистов вопросы: каким должен быть журнал в России, чтобы иметь успех у публики; должен ли журналист подстраиваться под вкусы и культурный уровень своих читателей, если он невысок, или следует брать на себя роль учителя, просвещая читателя, советуя ему, развивая его эстетическое чувство, прививая правильное понимание нравственности и красоты?

Как правило, не сам факт оплаты журналистского труда вызывает отторжение у журналистов с высокой нравственной установкой, а превращение изданий в доходное предприятие, забота представителей «торгового направления» не о качестве литературных произведений, не о развитии просвещения, а о сумме дохода, полученного с помощью СМИ. Осмеянию подвергались самореклама изданий, а также попытки заработать с помощью публикации косвенной (скрытой) рекламы.

Своей критикой «торгового направления» прославились сотрудники открывшегося в 1835 году журнала «Московский наблюдатель», отрицательно относящиеся к буржуазному влиянию вообще и к самой возможности купли-продажи литературного труда, а также редактор «Литературных прибавлений к “Русскому инвалиду”» А. Краевский, видевший в изданиях Ф. Булгарина, Н. Греча и О. Сенковского своих прямых конкурентов. Широко известны фельетоны А. Пушкина против Ф. Булгарина и его методов завоевания читателя.

В этом ряду особое место занимает В. Белинский. В своих статьях «Литературные мечтания», «Ничто о ничем, или Отчет г. издателю “Телескопа” за последнее полугодие 1835 г. русской литературы», «О критике и литературных мнениях “Московского наблюдателя”», «Несколько слов о “Современнике”» он раскрыл суть «торгового направления» и мотивы отношения к нему современников. Сам В. Белинский рассматривал новые экономические отношения в журналистике как вполне закономерное явление, а сам факт оплаты журналистского труда расценивал как фактор повышения профессионального уровня изданий. Положительно им было оценено и умение О. Сенковского как редакто-

ра журнала «Библиотека для чтения» привлекать внимание читателей, выстраивая концепцию издания в зависимости от интересов целевой (провинциальной) аудитории. Вместе с тем журналист не мог не осудить попыток редактора использовать журнал в корыстных целях, играя на вкусах непритязательной читающей публики. «Наклоняйтесь до своих читателей, если они слишком малы ростом, пережевывайте им пищу, если они слишком слабы, – учил В. Белинский, – но при этом всегда стойте прямо» (ст. «Ничто о ничем»). Начав с «наклонения до читателя», журнал должен способствовать его духовному и нравственному росту – вот завет русской качественной журналистики этого периода.

Во многом именно благодаря процессу коммерциализации российская печать уже к концу 1830-х гг. приобрела несколько характерных профессиональных качеств:

- были заложены основы теории журналистики;
- сформировался тип характерного только для России толстого журнала энциклопедического характера, рассчитанного на широкий круг читателей, который занял лидирующие позиции в системе СМИ;
- началась тематическая дифференциация изданий (появляются не только специализированные журналы, но и газеты: «Земледельческая газета», «Литературная газета», «Мануфактурные и горнозаводские известия» и др.), что, несомненно, свидетельствует о начавшейся специализации в сфере журналистики;
- идет активное формирование ведущих жанров отечественной периодической печати середины XIX века: научно-популярной статьи, литературного обзора, фельетона, рецензии, библиографической заметки, жанра «критической биографии» (творческого портрета);
- совершенствуются приемы так называемого «эзопова языка» – своеобразного средства общения с умным, вдумчивым читателем в условиях политической цензуры.

Немаловажно и то, что именно забота о коммерческой выгоде изданий заставляла редакторов и издателей искать средства привлечения и удержания подписчиков (организация массовых конкурсов на страницах изданий, использование бесплатных приложений, самореклама СМИ и др.), что не могло не сказаться на массовизации российской печати в этот период, и это было отрядным явлением, поскольку вовлекало в сети журналистики все больше и больше читателей, активно интересующихся новостями общественной жизни. Таким образом, расширяя информационное пространство, журналистика подспудно формировала гражданскую культуру общества в целом. При этом даже издания «торгового направления» («Северная пчела» Ф. Булгарина, «Сын Отечества» Н. Греча, «Библиотека для чтения» О. Сенковского) не опускались до откровенной «желтизны». Несмотря на мелкотемье, субъективизм в оценке культурных явлений, специфический отбор информации, а иногда и явное стремление к развлечению публики, эти издания все же были просветительскими по своему характеру. Капитал пока еще не оказывал столь разрушающего воздействия на

печать, как это будет на рубеже XIX–XX века, и еще была сильна оппозиция «торговому направлению» в журналистике.

Благодаря специфическим условиям функционирования печати в 1820–1830-е гг., был достигнут главный итог: журналистика выделилась из сферы словесности, стала более профессиональной и авторитетной. В «чернильных войнах» вырабатывалось отношение к факту, формировалась авторская позиция, закладывались принципы отечественной журналистики, ее цели и нравственная основа.